

Les parents de Naître et Vivre sont heureux de vous présenter une nouvelle plaquette de prévention intitulé

## **Mort subite du Nourrisson comment limiter les risques**

**Ce projet entièrement financé par Naître et Vivre, a été réalisé par le groupe de PH Mag.**

**Phmag est éditeur de :**

- **pHmag**, magazine santé/bien-être, bimestriel diffusé à 100.000 exemplaires dont 30.000 en kiosque et 70.000 en salles d'attente de médecins abonnés à raison de 2 exemplaires par envoi, soit un potentiel de 11 millions de lecteurs par n° en salles d'attente (source CNAM).
- **Fémi-9**, magazine pour les femmes de 25 à 35 ans, trimestriel diffusé à 50.000 exemplaires dont 20.000 en kiosque et 30.000 en salles d'attente de médecins abonnés à raison de 2 exemplaires par envoi, soit un potentiel de 6 millions de lecteurs par n° en salles d'attente (source CNAM).
- **Fémitude**, magazine pour les femmes de plus de 40 ans, trimestriel diffusé à 50.000 exemplaires dont 20.000 en kiosque et 30.000 en salles d'attente de médecins abonnés à raison de 2 exemplaires par envoi, soit un potentiel de 6 millions de lecteurs par n° en salles d'attente (source CNAM).

Ces magazines apportent des réponses concrètes aux préoccupations quotidiennes de leurs lecteurs grâce à des témoignages, des reportages, des points de vue de spécialistes...

**Dans le cadre d'une mécanique promotionnelle médecin/patient, ils mettent ce savoir-faire au service de marques ou d'associations pour leur promotion grâce à la déclinaison de ces magazines : en Newsletter pour le médecin et en Pocket pour les patients.**

**Cette opération médecin/patient permet alors de faire la promotion d'un partenaire exclusif :**

- 1 • Le médecin trouve des informations spécifiques dans la Newsletter (résultats d'études, épidémiologie, interview d'expert...).
- 2 • Les 20 Pockets sont utilisés comme outil de recrutement soit dans les salles d'attentes, soit en étant remis par le médecin à ses patientes.

### **OPÉRATION PHMAG POCKET SPÉCIAL PRÉVENTION DE LA MORT SUBITE DU NOURRISSON**

**Objectif de l'opération promotionnelle Naître & Vivre :** inciter les mamans à coucher leur nourrisson sur le dos pour limiter le risque de mort subite du nourrisson afin de faire baisser encore le nombre annuelle de ses MSN.

- **La Newsletter** incite les médecins à rappeler aux mamans de bébés âgés de 0 à 12 mois et quel que soit le motif de consultation les règles de couchage de l'enfant pour prévenir la mort subite du nourrisson.
- **Le Pocket** mis en place dans la salle d'attente par le médecin, informe les mamans de bébés de 0 à 12 mois des règles de couchage pour la prévention de la MSN, explique aux mamans la MSN et pourquoi il faut respecter ses règles... et ce à travers des résultats d'épidémiologie, des avis d'experts et surtout des témoignages de familles ayant vécu ce drame afin de bien leur montrer qu'il n'y a pas de signes avant-coureurs ni de familles à risques particulier...

### **Départ du mailing prévu pour la fin octobre pour une mise en place en salle d'attente dès le mois de Novembre**

1 vague de routage chez 4.900 médecins généralistes

À noter qu'il y a en France 63.056 médecins généralistes, les 4.900 médecins de ce premier mailing seront sélectionnés selon 2 critères :

1- cabinet installé dans une ville de + de 100.000 habitants,

2- villes de plus de 100.000 habitants étant localisées dans les régions où le taux de natalité est le + élevé du territoire.

ce qui permet de toucher le plus de jeunes mamans possible sur les 700.000 naissances recensées chaque année.

### **L'opération pHmag Pocket Spécial Prévention**

Pocket 8 pages routés avec 1 Newsletter pour le médecin et 1 paquet de 20 Pockets à mettre à disposition des mamans en salle d'attente,

c'est-à-dire **98.000 pockets diffusés dans 4.900 salles d'attentes pour un flux de - 1.347.000 patients\* chez les 4.900 médecins généralistes ciblés par mois sachant que 37,1% de ces consultations concernent les 0-2 ans\*\* ,**

*\*calculs établis sur la base des remboursements de consultations de la CNAM avril 2004.*

*\*\*source CREDES août 2001.*

- Reprise d'un article dans chacun des magazines (pHmag, Fémi-9 et Fémitude) dont la diffusion se fait en kiosque et dans les salles d'attente des médecins abonnés.

- Insertion publicitaire d'une page de l'annonce « Je fais dodo sur le dos » dans chacun des magazines.